

**PENGARUH *BRAND COMPETENCE*, *BRAND SATISFACTION*,
DAN *TRUSTWORTHINESS* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA
SEPEDA MOTOR HONDA VARIO DI KOTA SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

SHEILA NOOR ALYA PUTERI

B 100 150 111

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:
**PENGARUH *BRAND COMPETENCE*, *BRAND SATISFACTION* DAN
TRUSTWORTHINESS TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA SEPEDA
MOTOR HONDA VARIO DI KOTA SURAKARTA**

Oleh:

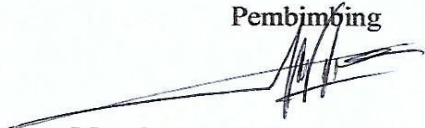
SHEILA NOOR ALYA PUTERI

B 100 150 111

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

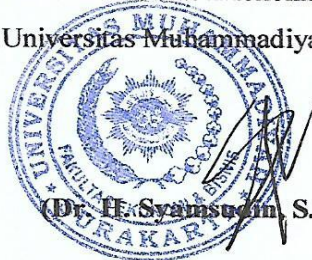
Surakarta, 22 Juni 2019

Pembimbing


(Drs. Moechammad Nasir, M.M)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta


(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M)

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *BRAND COMPETENCE*, *BRAND SATISFACTION*, DAN
TRUSTWORTHINESS TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA SEPEDA
MOTOR HONDA VARIO DI KOTA SURAKARTA**

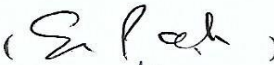
OLEH

SHEILA NOOR ALYA PUTERI
B 100 150 111

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, 15 Agustus 2019
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

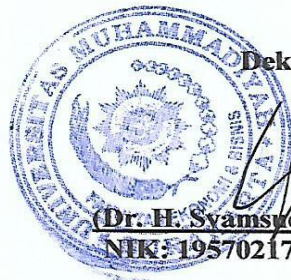
Dewan Penguji :

1. **Drs. Sri Padmantyo, MBA.**
(Ketua Dewan Penguji)
2. **Drs. Moechammad Nasir, M.M**
(Anggota I Dewan Penguji)
3. **Drs. Kusdiyanto, M.Si.**
(Anggota II Dewan Penguji)

()

()

()



Dekan,

(Dr. H. Syamsudin, SE., M.M)
NIK: 19570217 1986 031 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **SHEILA NOOR ALYA PUTERI**
NIRM : **B 100 150 111**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH *BRAND COMPETENCE*, *BRAND SATISFACTION* DAN *TRUSTWORTHINESS* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA SEPEDA MOTOR HONDA VARIO DI KOTA SURAKARTA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 15 Agustus 2019

Yang Membuat Pernyataan,

SHEILA NOOR ALYA PUTERI

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).”

QS. Al-Insyirah, 6-8

“Never give up on a dream that you’ve chasing almost of your life”

BTS

“If you don’t work hard, there won’t be a good result”

JHS

PERSEMBAHAN

Dengan Menyebut Nama Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyang. Karya ini dipersembahkan sebagai rasa syukur, sayang, hormat, cinta dan baktiku serta rasa tanggung jawabku selama ini kepada:

1. Allah SWT, Yang Maha Esa dan Maha Memberi. Dengan segala kuasa-Nya telah memudahkan segala jalanku sehingga proses pembuatan karya ini dapat selesai.
2. Papa Setiawan Muhamad dan mama Retno Yuliarti tersayang dengan segala rasa hormat dan rasa baktiku. Terimakasih atas doa yang selalu dipanjatkan untukku, cinta, perjuangan, kasih sayang, keikhlasan, bimbingan dan segala fasilitas yang diberikan untukku. Semoga kelak aku bisa membalas segala kebaikan ibu dan bapak.
3. Terimakasih kepada kakak dan adik-adiku Muhammad Rive Riviera, Muhammad Ravi Ravelino, Carissa Ayla Salsabila yang telah memberikan doa dan support untukku sehingga dapat menjadikan semangat untukku dalam pembuatan karya ini.
4. Teman-teman dan sahabat dalam bertukar pikiran yang selalu memberi motivasi dan menjadi teman berbagi.
5. Almamater penulis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh *brand competence*, (2) pengaruh *brand satisfaction*, dan (3) pengaruh *trustworthiness* terhadap *brand loyalty* pada sepeda motor merek Honda Vario di kota Surakarta. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat kota Surakarta yang memiliki Sepeda motor Honda Vario. Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara *non probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan pengumpulan data melalui penyebaran kuisiionner. Metode Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis regresi linear berganda, uji F, uji t dan koefisien determinasi (R^2). Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa variabel *brand competence*, *brand satisfaction*, dan *trustworthiness* dapat menjelaskan *brand loyalty* sebesar 51,9% dan sisanya sebesar 48,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Berdasarkan dari hasil penelitian telah didapat (1) *brand competence* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*, (2) *brand satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*, (3) *trustworthiness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*.

Kata kunci: *Brand Loyalty, Brand Competence, Brand Satisfaction, Trustworthiness*

ABSTRACT

This study aims to determine (1) the influence of brand competence, (2) the influence of brand satisfaction, (3) the effect of trustworthiness on brand loyalty on Honda Vario motorcycles in the city of Surakarta. This type of research uses a quantitative approach. The population in this study was the people of Surakarta city who owned Honda Vario motorbikes. Sampling carried out in this study by non probability sampling a total sample of 100 respondents. This study uses primary data sources and data collection through questionnaire distribution. Methods Analysis of the data used in this study is the validity test, reliability test, multiple linear regression analysis test, F test, t test and coefficient of determination (R^2). The results of this study indicate that brand competence, brand satisfaction, and trustworthiness can explain Brand Loyalty by 51,9% and the remaining 48,1% is explained by other variables not examined. Based on the research results obtained (1) brand competence has a positive and significant effect on brand loyalty, (2) brand satisfaction has a positive and significant effect on brand loyalty, (3) trustworthiness has a positive and significant effect on brand loyalty.

Keywords: *Brand Loyalty, Brand Competence, Brand Satisfaction, Trustworthiness*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Syukur alhamdulillah penulis penatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat hidayahNya serta memberikan kekuatan, ketabahan, kemudahan dan kedamaian berfikir dalam menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH BRAND COMPETENCE, BRAND SATISFACTION DAN TRUSTWORTHINESS TERHADAP BRAND LOYALTY PADA SEPEDA MOTOR HONDA VARIO DI KOTA SURAKARTA”** dengan lancar.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis menyadari sepenuhnya tanpa adanya bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu melaksanakan skripsi ini dengan baik. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, bimbingan, petunjuk, ridho, dan kasih sayangmu yang takhenti-hentinya ngkau limpahkan kepadaku.
2. Bapak Dr. Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Syamsyudin, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Imronudin, SE, MS.i Ph.D selaku ketua program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Drs. Moechammad Nasir M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan tulus dan sabar telah memberikan banyak arahan, masukan, waktu, tenaga, pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa *study*.
7. Seluruh Karyawan, khususnya Pak Min selaku staf di jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah yang telah memberikan kelancaran proses administrasi maupun informasi selama kuliah dan penulisan skripsi ini.
8. Papa Setiawan Muhamad dan mama Retno Yuliarti yang dengan cinta, kasih sayang, dukungan dan serta kebahagiaan yang indah dan tidak pernah lelah memberikan doa, materi, dan motivasi.
9. Adik-adikku Muhammad Rive Riviera, Muhammad Ravi Ravelino, dan Carissa Ayla Salsabila yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan.
10. Untuk keluarga besar Sulaiman dan Sutrisno yang telah memberikan dukungan dan masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

11. Untuk N.Azizia Gia Mutiarasari yang selama ini berjuang bersama dan meberikan penulis dukungan dan masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
12. Untuk Destriana, Melia, Alvita, dan Rezqiu terimakasih selalu mendukung, memberikan semangat agar penulis bisa menyelesaikan skripsi.
13. Untuk sahabat-sahabatku Nimas, Gieti, Firman, Raka, dan Nada yang telah memberikan saran dan waktu untuk mendengarkan keluh kesah penulis dalam proses menyelesaikan skripsi.
14. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu, terima kasih atas dukungannya dan bantuannya yang tulus serta doa yang diberikan penulis selama ini demi kelancaran dalam pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu kritik dan saran pembaca yang bersifat membangun sangat kami apresiasi. Semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 15 Agustus 2019

Penulis



Sheila Noor Alya Puteri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Tinjauan Teori.....	10

	1. Pemasaran	10
	2. Perilaku Konsumen.....	11
	3. Merek	14
	4. Kepercayaan pada Merek (<i>brand trust</i>)	16
	5. <i>Brand competence</i>	18
	6. <i>Brand satisfaction</i>	19
	7. <i>Trustworthiness</i>	20
	8. <i>Brand loyalty</i>	20
	B. Penelitian Terdahulu.....	27
	C. Hipotesis	30
	D. Kerangka Pemikiran	32
BAB III	METODE PENELITIAN	33
	A. Jenis Penelitian.....	33
	B. Definisi oprasional dan pengukuran variabel	33
	C. Data dan Sumber Data.....	36
	D. Populasi dan Sampel Penelitian	36
	E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
	F. Uji Instrumen	39
	G. Teknik Analisis Data	41
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	47
	A. Deskripsi Responden	47
	1. Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin.....	47

	2. Karakteristik Berdasarkan Usia	48
	3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	49
	4. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	49
	B. Uji Instrumen Penelitian.....	50
	1. Uji Validitas	51
	2. Uji Reliabilitas.....	52
	C. Metode Analisis Data	53
	1. Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
	2. Uji t	55
	3. Uji F	60
	4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62
	D. Pembahasan.....	63
	1. <i>Brand Competence</i> dan <i>Brand Loyalty</i>	63
	2. <i>Brand Satisfaction</i> dan <i>Brand Loyalty</i>	64
	3. <i>Trustworthiness</i> dan <i>Brand Loyalty</i>	65
BAB V	PENUTUP	67
	A. Keimpulan.....	67
	B. Keterbatasan Penelitian	68
	C. Saran	68
	Daftar Pustaka	69
	Lampiran	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penjualan Sepeda Motor Honda Tahun 2010-2018	4
Tabel 1.2	Penjualan Honda Vario Series Pada Tahun 2010-2018	6
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	47
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
Tabel 4.5	Hasil Uji KMO dan <i>Bartlett's test</i>	52
Tabel 4.6	Hasil uji <i>Pattern matrix</i>	52
Tabel 4.7	Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.8	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4.9	Hasil Uji t	62
Tabel 4.10	Hasil Uji F	53
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Piramida Loyalitas Merek	2
Gambar 2.2	Piramida Loyalitas Merek Posisi terbalik.....	2
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran.....	3